

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>LEMBAR ORISINALITAS</b> .....	v
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang</b> .....	1
<b>B. Pertanyaan Penelitian</b> .....	9
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	9
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	10
<b>E. Kebaruan Penelitian</b> .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	13
<b>A. Latar Belakang Teori</b> .....	13
a. <i>Customer Loyalty</i> .....	13
b. <i>Customer Satisfaction</i> .....	14
c. <i>Brand Image</i> .....	16
d. <i>Price</i> .....	17
e. <i>Service Quality</i> .....	19
<b>B. Kerangka Teori</b> .....	20
a. <i>Brand Image dan Customer Satisfaction</i> .....	20
b. <i>Price dan Customer Satisfaction</i> .....	21
c. <i>Service Quality dan Customer Satisfaction</i> .....	21
d. <i>Brand Image dan Customer Loyalty</i> .....	22
e. <i>Price dan Customer Loyalty</i> .....	23
f. <i>Service Quality dan Customer Loyalty</i> .....	23

g. <i>Customer Satisfaction dan Customer Loyalty</i> .....	24
<b>C. Hipotesis</b> .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	28
<b>A. Objek, Waktu, dan Tempat Penelitian</b> .....	28
<b>B. Pendekatan Penelitian</b> .....	28
<b>C. Populasi dan Sampel</b> .....	29
a. Populasi .....	29
b. Sampel.....	29
<b>D. Penyusunan Instrumen</b> .....	30
a. Operasional Variabel.....	30
b. Skala Pengukuran.....	35
<b>E. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	36
<b>F. Teknik Analisa Data</b> .....	36
a. Uji Validitas.....	37
b. Uji Reliabilitas .....	37
c. Uji Hipotesis .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	41
<b>A. Deskripsi Data</b> .....	41
<b>B. Pembahasan</b> .....	52
a. <i>Exploratory Factor Analysis</i> .....	52
b. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	57
c. <i>Full Model</i> .....	62
d. <i>Fit Model</i> .....	63
e. Pengujian Hipotesis.....	64
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	69
<b>A. Kesimpulan</b> .....	69
<b>B. Implikasi</b> .....	70
<b>C. Keterbatasan Penelitian</b> .....	75
<b>D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya</b> .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	76
<b>LAMPIRAN</b> .....	81

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Data Pengguna Internet di Indonesia .....	2
<b>Gambar 1. 2</b> Data Pengguna Aplikasi Ride-Hailing .....	3
<b>Gambar 1. 3</b> Top Brand Index Fase 2 2018.....	5
<b>Gambar 1. 4</b> Top Brand Index Fase 2 2019.....	6
<b>Gambar 1. 5</b> Top Brand Index Fase 2 2020.....	6
 <b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Teori .....	25
  <b>Gambar 4. 1</b> <i>First Order Construct Brand Image</i> .....	57
<b>Gambar 4. 2</b> <i>First Order Construct Price</i> .....	58
<b>Gambar 4. 3</b> <i>First Order Construct Service Quality</i> .....	59
<b>Gambar 4. 4</b> <i>First Order Construct Customer Satisfaction</i> .....	60
<b>Gambar 4. 5</b> <i>First Order Construct Customer Loyalty</i> .....	61
<b>Gambar 4. 6</b> <i>Full Model</i> .....	62
<b>Gambar 4. 7</b> <i>Fit Model</i> .....	63

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b> Penelitian Terdahulu .....	11
<b>Tabel 2. 1</b> Tabel Hipotesis .....	26
<b>Tabel 3. 1</b> Skala Pengukuran .....	30
<b>Tabel 3. 2</b> Skala Ordinal .....	36
<b>Tabel 3. 3</b> <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	40
<b>Tabel 4. 1</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
<b>Tabel 4. 2</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	42
<b>Tabel 4. 3</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	43
<b>Tabel 4. 4</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....	43
<b>Tabel 4. 5</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	44
<b>Tabel 4. 6</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	44
<b>Tabel 4. 7</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran per Bulan .....	45
<b>Tabel 4. 8</b> Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> .....	46
<b>Tabel 4. 9</b> Analisis Deskriptif Variabel <i>Price</i> .....	47
<b>Tabel 4. 10</b> Analisis Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> .....	48
<b>Tabel 4. 11</b> Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	49
<b>Tabel 4. 12</b> Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	51
<b>Tabel 4. 13</b> Analisis Faktor <i>Brand Image</i> .....	52
<b>Tabel 4. 14</b> Analisis <i>Cronbach's Alpha Brand Image</i> .....	52
<b>Tabel 4. 15</b> Analisis Faktor <i>Price</i> .....	53
<b>Tabel 4. 16</b> Analisis <i>Cronbach's Alpha Price</i> .....	53
<b>Tabel 4. 17</b> Analisis Faktor <i>Service Quality</i> .....	54
<b>Tabel 4. 18</b> Analisis <i>Cronbach's Alpha Service Quality</i> .....	54
<b>Tabel 4. 19</b> Analisis Faktor <i>Customer Satisfaction</i> .....	55
<b>Tabel 4. 20</b> Analisis <i>Cronbach's Alpha Customer Satisfaction</i> .....	55

<b>Tabel 4. 21</b> Analisis Faktor <i>Customer Loyalty</i> .....	56
<b>Tabel 4. 22</b> Analisis <i>Cronbach's Alpha Customer Loyalty</i> .....	56
<b>Tabel 4. 23</b> <i>Goodness Fit Indices Brand Image</i> .....	57
<b>Tabel 4. 24</b> <i>Goodness Fit Indices Price</i> .....	58
<b>Tabel 4. 25</b> <i>Goodness Fit Indices Service Quality</i> .....	59
<b>Tabel 4. 26</b> <i>Goodness Fit Indices Customer Satisfaction</i> .....	60
<b>Tabel 4. 27</b> <i>Goodness Fit Indices Customer Loyalty</i> .....	61
<b>Tabel 4. 28</b> Nilai <i>Full Model SEM</i> .....	62
<b>Tabel 4. 29</b> Nilai <i>Fit Model SEM</i> .....	64
<b>Tabel 4. 30</b> Estimasi Parameter <i>Regression Weights Model</i> .....	64
<b>Tabel 4. 31</b> Hasil <i>Fit Model</i> .....	65

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran 1** Kuesioner Penelitian

**Lampiran 2** *Output Exploratory Factor Analysis*

**Lampiran 3** *Output Uji Reliabilitas*

**Lampiran 4** *Output Goodness of Fit Indices*

**Lampiran 5** *Tampilan Awal Aplikasi SPSS 25 dan AMOS 24*

**Lampiran 6** Riwayat Hidup Penulis